

PENGARUH WOM (*WORD OF MOUTH*) TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

INDRA WIJAYA - 1100033630

ABSTRAK

PT. Elsiscom Prima Karya adalah perusahaan yang menjual serta memperbaiki peralatan elektronik, dan menspesialisasikan produknya pada *sound system* terutama merek TOA. Saat ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan produk *sound system* merek TOA tersebut, oleh karena itu perusahaan ingin mengetahui variabel – variabel yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk *sound system* tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara WOM (*Word Of Mouth*) dan persepsi konsumen pada produk *sound system* merek TOA untuk menentukan keputusan pembelian produk tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif-asosiatif, dan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung ke *showroom* dan *service centre* di PT Elsiscom Prima Karya, sedangkan tehnik pengambilan sampel menggunakan *systematic random sampling* dengan jumlah responden 70 responden. Berdasarkan penelitian ini, persepsi konsumen paling mempengaruhi keputusan pembelian yang kemudian diikuti oleh WOM (*Word Of Mouth*). Hal ini terlihat pada struktur pengaruh variabel beserta koefisien jalurnya.

Kata kunci: *WOM (Word Of Mouth), Persepsi Konsumen, dan Keputusan Pembelian*